# m²

SUPLEMENTO DE ESTILO

Y DECORACION DE PÁGINA/12.

SABADO 27 DE DICIEMBRE DE 2003.

AÑO 5. Nº 256.

# diseño

balance de
un año
que mostró
que la actividad
es mucho más
que una moda



DANIELA MCADDEN



DANIELA MCADDEN







DANIELA MCADDEN

# Un año de diseño

La actividad da señales de estar ya lejos de una moda pasajera y comienza a mostrar su potencial económico. Pero falta una política de créditos, apoyos y herramientas que lo transformen en un motor.

**POR LUJAN CAMBARIERE**

Fenómeno, movida, auge, rebelión, boom, efervescencia, eclosión... diseño. Todo eso, y una industria naciente y en consolidación, es el diseño argentino en todas sus formas. Como las cifras oficiales no están listas, no es posible hablar de ingreso per cápita, estudiantes, negocios nuevos, exportaciones o mano de obra. Por eso, estos testimonios e ideas de lo visto en este 2003.

**En el haber**

Seamos positivos y empecemos por lo que sí tuvimos en este 2003.

Hubo exposiciones comerciales, comenzando en junio con Puro Diseño, después Casa FOA, y luego Cienporcientodiseño, y ferias varias. Se afianzaron las propuestas, algunas duplicaron su espacio, ciertamente su público, e introdujeron nuevas mecánicas (en octubre Puro Diseño adelantó Tendencias 04. Algunas salieron al exterior a mostrar algo del diseño local y volvieron hasta con premio bajo el brazo, como Cienporcientodiseño con el Primer Premio en Muebles de Exterior al Yacaré Bench –producto de la empresa Estudio Cabeza, diseñado por Diana Cabeza– en la ICFF, International Contemporary Furniture Fair de Nueva York.

Hubo numerosos concursos de distintas instituciones y, lo que es más importante aún, de empresas como Santorini, Masisa, Natán, Unilever, entre otras. Hubo propuestas institucionales. A nivel nacional, se creó el Plan Nacional de Diseño, que entre otras cosas, apuesta a cimentar una Red Nacional de Diseño. A nivel Ciudad de Buenos Aires, el Centro Metropolitano de Diseño organizó por el segundo octubre como mes del diseño con más de 70 eventos entre exposiciones comerciales y conceptuales, conferencias, seminarios, visitas a fábricas, talleres y estudios.

Hubo numerosas aperturas de espacios comerciales. Y etiquetas de otros rubros (sobre todo indumentaria) que incorporaron diseño de muebles y objetos. Hubo varias muestras revisionistas del diseño en nuestro país, como la Muestra de la Colección Permanente de Diseño Industrial en el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires o recientemente la “1963-2003, Puente de Memoria”, que recordó la primera exposición de diseño industrial de Buenos Aires.

Hubo mucho movimiento en algunos segmentos como el de juguetes, iluminación o nuevos materiales, con operaciones como Salix o Piedras Ornamentales. Hubo charlas, debates, visitas internacionales con profesionales de renombre como Carmelo Di Bartolo y Nicola Goretti, entre tantos otros.

Hubo una intención más manifiesta de ponerse a trabajar en un diseño para todos. Desde iniciativas más reflexivas como las de la muestra “Crisis Diseño”, orquestada por grupo de diseñadores industriales, emprendimientos sociales o solidarios y cerramos el año con un concurso dedicado básicamente a adultos mayores organizado por el INTI.

Hay profesionales altamente capacitados. Se supone que entre las facultades de Mendoza (donde se originó la carrera de diseño industrial), La Plata y Buenos Aires suman más de 12.000 estudiantes. Cerramos el año engrosando la biblioteca del diseño esta vez nacional, con la presentación en sociedad del ansiado libro sobre sillas (*Sillopatía*) del arquitecto Ricardo Blanco. Y con la primera guía institucional de DARA, que además cerró el año con una muestra de luminarias.

**En el debe**

Lo de siempre. Falta afianzar la relación producción-diseño.

Falta tecnología. Faltan créditos. Falta exportar en serio, esto es, en serie. Falta debatir y profundizar más sobre ciertos temas, más que para encontrar respuestas definitivas (que a veces no las hay) para aprender a ejercitarse en el juego del disenso con el que tanto se aprende.

Para todo esto falta diseñar sobre todo el país que queremos, con el que todos soñamos. Pero eso, vale aclarar, es responsabilidad de todos: diseñadores, periodistas, empresarios, gobierno.

Ojo, el diseñador Alejandro Sarmiento hizo un novedoso y encantador árbol navideño de Pet para el Buenos Aires Design y, desde Córdoba, el grupo Egodesign produjo otro muy original. No es un tema menor, cerrar el año con nuestros árboles ciento por ciento industria nacional. ■



## Lo mejor y lo peor del año por algunos de sus protagonistas

**Jorge Lulo,**
coordinador Plan Nacional de diseño.

“Lo más positivo fue que desde ámbitos oficiales –concretamente desde la Secretaría de Industria del Ministerio de Economía– se haya reconocido la importancia del diseño como un factor de competitividad más (en esa lista incluimos a la calidad, el cuidado medioambiental) y esto se haya traducido en una iniciativa como el Plan Nacional de Diseño. Que se haya empezado a considerar la interacción del diseñador con el mundo productivo (empresas) como un aspecto clave para el posicionamiento del diseño como “hecho industrial” y no como mero fenómeno ornamental. La resonancia social del tema medida por la cantidad de notas periodísticas, ferias, muestras y exposiciones.Y el haber descubierto que el tema del diseño es tratado con entusiasmo en todo el país, incluso en sitios remotos, y que existen experiencias en las provincias (proyectos de universidades, del sector público) que vale la pena que sean conocidos y replicados de modo tal de conformar una verdadera Red Nacional del Diseño.

Lo más negativo: la falta de articulación entre los diversos organismos que se plantean la promoción y difusión del diseño y el que continúe o prevalezca todavía una visión del diseño centrada en el consumo de una elite o concentrado en barrios o zonas de Buenos Aires”.

**Alejandro Sarmiento,**
diseñador industrial.

“Lo positivo es que se está abriendo el juego también internacionalmente desde el diseño. Los diseñadores industriales estamos siendo más solicitados y se nota otro respeto e interés por nuestro trabajo. Los alumnos de diseño tienen más oportunidades. Más concursos nacionales. Lo negativo es que seguimos volando solos, sin respaldo industrial, lo que no nos permite avanzar más. Muchos de los certámenes premian con dinero, pero no se comprometen a llevar a cabo las ideas, que es a lo que aspira todo diseñador. Todo el mundo vende afuera, nadie exporta. También hay cierta cosa desagradable de lucha interna, individualista, de varios actores del diseño que si se articularan en vez de seguir compitiendo tendrían en conjunto una fuerza enorme. No pierdo esperanzas. Este buen gran año, vendrán mejores”.

**Raquel Ariza**, diseñadora industrial, coordinadora del Programa Prodiseño INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial).

“Lo mejor desde un punto personal, fue la oportunidad que nos dio la embajada británica junto a Casa FOA de participar de la Feria 100% Design en Londres. Esto nos permitió conocer cómo se movía el diseño en Europa y al mismo tiempo, darnos visibilidad como diseñadores argentinos en todo el mundo. Desde el punto de vista de la profesión, lo mejor creo que fue que el gobierno nacional, creara un Plan Nacional de Diseño que integra a otras instituciones como el INTI y el INPI para trabajar de manera activa en la incorporación de la cultura del diseño en la empresas. Se planteó el armado de una Red Nacional de Diseño donde los distintos actores interactuaran de una manera participativa, esto suma al trabajo que viene realizando el CMD en la Ciudad de Buenos Aires entre otras instituciones del país, permitiendo integrar el diseño de todo del país a la cadena de valor de los diferentes sectores productivos. Lo peor es que el diseño está al borde de transformarse en una moda, que atiende sólo a pequeñas necesidades comerciales, aplicándose a productos frívolos para una elite pudiente (esto se ve claramente en Bs. As.), donde cualquiera que hace una mínima decoración a un producto se llama ‘diseñador’. Perdiendo de vista que el diseño es mucho más que eso, que se supone que los profesionales deberían generar productos atendiendo a solucionar problemas existentes mejorando la calidad de vida de las personas que se relacionan con él en los distintos estadios de su vida útil, optimizando los recursos utilizados, mejorando costos, tratando de minimizar los efectos contra medio ambiente y generar productos que sea accesibles para todos. Esto también pasa porque todavía muchas empresas no se deciden a incorporar el diseño dentro de su cadena de valor”.

**Grupo Crisis Diseño**
(Darío Papagno, Gabriel Barsotti, Franco Franceschini, Alfonso Lasala y Alan Newmark, d. industriales).

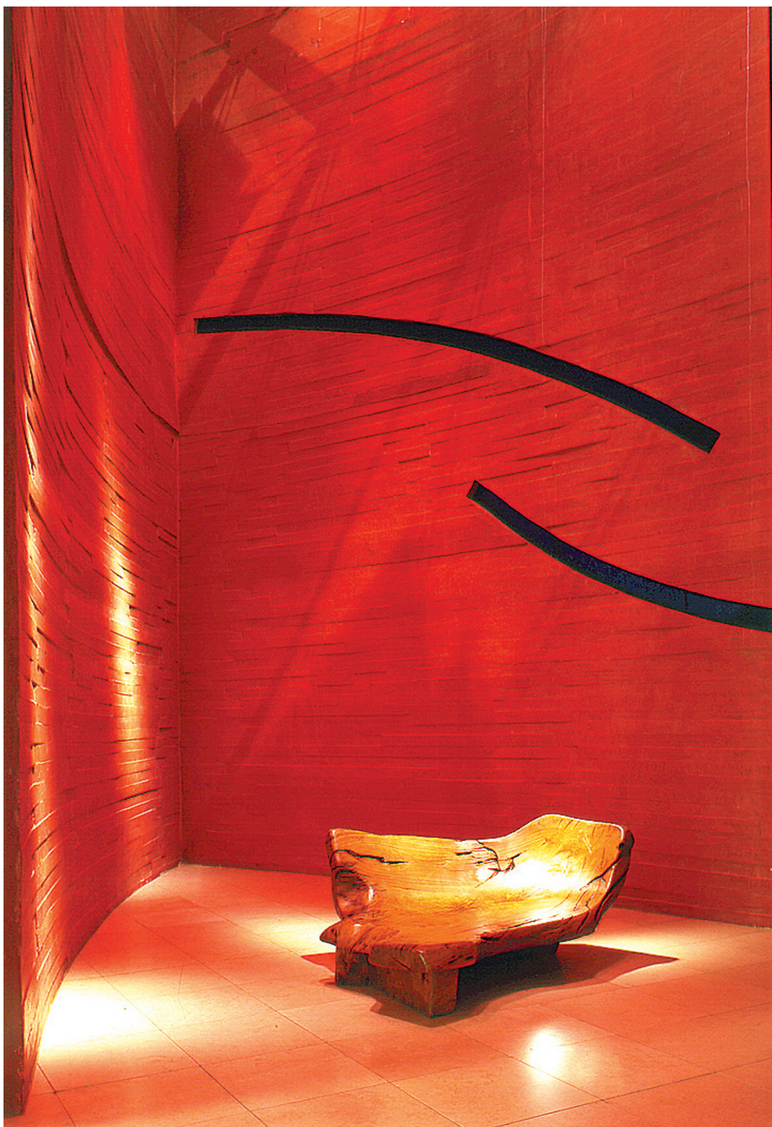
“Lo peor del año: Hubo más de lo mismo. Lo mejor: Es lo que está por venir”.

**Tónico Objetos**
(Hernán Stehle y Pablo Bianchi, diseñadores industriales).

“Que el diseño comienza a salir de su módico ghetto para iniciados y alcanza un publico mayor. Lo peor: la dispersión en el uso de la palabra diseño”.

**María Sánchez,** CMD.

“A nuestro juicio las iniciativas importantes que dan una fisonomía cada año más heterogénea y articulada en el mundo del diseño que son: la penetración del diseño en dos de las escuelas de negocios más importantes del país; el desarrollo y comercialización de la operación Salix, el congreso nacional de diseño UDI en Mar del Plata, el BAND 03 y las visitas del exterior de importantes personalidades del mundo del diseño internacional gestionadas por el Pronad”. ■





# El Unique

El hotel que diseñó Ruy Ohtake es uno de los más increíbles y recientes exponentes de hoteles de diseño del mundo, y se encuentra en la ciudad de San Pablo. La antesala al paraíso design.

**POR LUJAN CAMBARIERE**

Ni sillas, ni mesas, ni objetos. Parece que cierta tendencia mundial apunta a hacer hoteles de diseño. Esos que se escapan de la tradicional nomenclatura de las estrellas y de las guías tradicionales, ya que su meta es ofrecer a sus huéspedes la posibilidad de "no" vivir como lo hacen en sus casas. Con esa premisa, y como su nombre lo indica, el Unique es único en su especie. Por lo menos para los amantes de las 3D, ya que cumple a rajatabla con ciertos condimentos ciento por ciento *design*: arquitectura monumental realizada por una figura de renombre internacional, tecnología *high tech*, mobiliario italiano, iluminación alemana, cocina y cosmética francesa que mixturan con productos de factura local: el mobiliario de sus diseñadores más reconocidos internacionalmente como los hermanos Fernando y Humberto Campana, objetos del más exquisito arte popular sobre todo en madera y un guiño total: las famosas ojotas que regalan a cada huésped al ingresar.

**Cuestión de forma**

Ideado por el arquitecto Ruy Ohtake (1938), uno de los profesionales brasileños más venerados, hijo de la famosa artista plástica *Tomie Ohtake* (japonesa nacionalizada brasileña que en noviembre último cumplió 90 años y sigue en plena actividad) y discípulo de Oscar Niemeyer, en la forma del edificio se ve la influencia de ambos.

El Unique es una oda a la curva y al concreto, o mejor dicho a la curva hecha de concreto, que se yergue a pasos de Jardins, uno de los barrios paulistas más distinguidos y cerca del Parque Ibirapuera, el espacio verde más grande de la ciudad. Su estructura imita una gran U o un arco invertido. Muchos le criticaron a "Master Ohtake", como lo apodan sus colegas, la opulencia y sobre todo la falta de aprovechamiento del espacio de la parte inferior del arco. Poco le importó. El admite que hay una sola palabra que odia en el mundo del arte: consenso. Tanto como que su meta es ayudar a lograr una visión distinta de la ciudad de San Pablo.

**Interiores**

Encargados al diseñador Joao Armentano, el preferido de las *celebrities* paulistas, su intención confesa fue la de intentar agregar valor a las líneas arquitectónicas de Ohtake. ¿Sus herramientas? Una paleta de colores neutros (gris, tierras, mucho blanco), materiales nobles y naturales (madera, cuero, acero, porcelanatos, piedra), el mejor mobiliario internacional sumado al más exquisito arte popular y los nombres más reconocidos del diseño brasileño. Así, el lobby es un gigantesco multiespacio que ocupa toda la planta baja y tiene 7,50 metros cuadrados de alto sectorizado sutilmente por el mobiliario. El sofá Boa de los hermanos Campana reina en una especie de biblioteca con títulos de arte, arquitectura y diseño, la poltrona del italiano Alessandro Mendini corona otro estar y la recepción se orquesta mediante unas mesas que cambian de color según la iluminación *signé* Philippe Starck.

En el fondo, el bar y cyber café está inspirado en el famoso álbum *The Wall* de Pink Floyd con 375 botellas realzadas mediante un juego de luces. Los cuartos, con cualidades de auto convertible, merecen mención aparte. En ellos, la sola pulsión de un botón abre las puertas a los sentidos. Con uno se corre un pared virtual de madera que descubre un amplísimo ventanal circular de dos metros de diámetro con vista a la ciudad de San Pablo. Con otro se levanta el panel divisorio de vidrio esmerilado entre el área del dormitorio y el baño (la idea: disfrutar desde el jacuzzi de la pantalla de TV de plasma). Mención aparte merecen los variados juegos de luces, de duchas y de CD y DVD.

Si, a pesar de tanta tecnología de vanguardia al alcance, se logra salir del cuarto (sin olvidarse la tarjeta magnética personal que habilita desde tomar el ascensor hasta un trago), vale recalar en la terraza del último piso, otro de los imperdibles del Unique. Totalmente vidriada, ofrece un escenario único para disfrutar de una de la vistas más imponentes de San Pablo, de la piscina de venecianos rojos con luces ópticas y sistema de sonido subacuático, y del moderno restaurante Skye visitado por el mundillo *fashion* del lugar. ■

*Hotel Unique: Av. Brigadeiro Luis Antonio 4700, Jardim Paulista, San Pablo* - www.hotelunique.com.br - *Agradecemos a British Aiways la realización de esta nota.*



